

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR.
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL.

EL FLUJO DE INFORMACIÓN EN LA ARGENTINA.
SU CANALIZACIÓN A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN SOCIAL.

Realizado por: Ana Laura García Montero.

SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA.

Cátedra: Prof. Raúl H Burzaco
Prof. Daniel Sinópoli
Prof. Ivonne Laugier

Buenos Aires, 10 de marzo de 1997.

*Dedico este trabajo a mis padres,
a Rochi y Nacho que siempre me apoyaron.
Para Alfred y todos mis amigos
que colaboraron con su paciencia.*



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

EL FLUJO DE INFORMACIÓN EN LA ARGENTINA. SU
CANALIZACIÓN A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN SOCIAL.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

INDICE

INTRODUCCION: EL MARCO CONCEPTUAL DEL FLUJO DE INFORMACION EN LA ARGENTINA.....	1
--	---

CAPITULO 1: EL CONTEXTO INTERNACIONAL

-GLOBALIZACION DE LA INFORMACION.....	5
-EL FLUJO DE INFORMACION INTERNACIONAL SEGUN LA UNESCO.....	10
-LA POSICION DE LOS PAISES EUROPEOS: EL GATT.....	15

CAPITULO 2: LOS MEDIOS DE COMUNICACION Y LAS NUEVAS TECNOLOGIAS

-MARCO CONCEPTUAL.....	18
-LA TECNOLOGIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION.....	21
-VENTAJAS DE LA INCORPORACION DE NUEVAS TECNOLOGIAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION	
1. MEDIOS GRAFICOS: LA PRENSA.....	25
2. MEDIOS TELEVISIVOS.....	27
3. MEDIOS RADIALES.....	29

CAPITULO 3: LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN LA ARGENTINA

-LA EVOLUCION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION HASTA NUESTROS DIAS.....	31
1. LA PRENSA.....	31
2. LA RADIO.....	33

3. LA TELEVISION.....	35	
-LOS GRUPOS PERIODISTICOS.....	37	
CAPITULO 4: EL FLUJO DE INFORMACION EN LA ARGENTINA CANALIZADO A TRAVES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL		
-GENERALIDADES DEL FLUJO DE INFORMACION:		
1. LA PRENSA.....	40	
2. LA TELEVISION.....	41	
3. LA RADIO DE AMPLITUD MODULADA.....	42	
-ANALISIS DEL FLUJO DE INFORMACION EN DETERMINADAS ZONAS GEOGRAFICAS DEL PAIS.....		43
CORRIENTES- RESISTENCIA.....	43	
BAHIA BLANCA.....	44	
CORDOBA.....	47	
ROSARIO.....	48	
SANTA FE- PARANA.....	49	
MENDOZA.....	50	
NEUQUEN- CIPOLLETTI.....	51	
SALADILLO.....	54	
-EL CONCEPTO DE DERECHO UNIVERSAL A LA INFORMACION.....		56
CONCLUSION: LOS FACTORES QUE DESEQUILIBRAN EL FLUJO DE INFORMACION EN LA ARGENTINA.....		60
APENDICE.....		64
BIBLIOGRAFIA.....		95

INTRODUCCIÓN:

EL MARCO CONCEPTUAL DEL FLUJO DE INFORMACIÓN EN LA ARGENTINA

Los diccionarios constituyen una reunión ordenada de palabras basales de un idioma. El Diccionario de la Lengua Española¹, define los siguientes términos de esta manera:

FLUJO: *Acción y efecto de fluir. Movimiento de los flúidos.*

Esta definición nos remite a la búsqueda en el diccionario de la palabra flúidos: Son los cuerpos que toman siempre la forma del contenido en que se encuentran.

INFORMACIÓN: *Acción y efecto de informar o informarse.*

Informar es enterar. Dar noticia de una cosa.

EQUILIBRADO: *Sensato, ecuaníme.*

El flujo de información es el caudal de mensajes que circula por diversos canales.

La definición de flujo nos sugiere la necesidad de distancias espacio-temporales, distribución y, por ende, inevitables pérdidas en el proceso de conductibilidad del flujo, cualquiera sea su canal de conducción.

El flujo afecta siempre a la información, se pueden producir pérdidas de cantidad o calidad, variaciones de su caudal debido a las distancias o a los canales de conducción del flujo.

¹ Editado por Espasa Calpe, Madrid, 1992.

La información debe ser veraz, imparcial, actual, objetiva y debe facilitarse su acceso para cumplir con su fin de informar. Estas condiciones son objetivos permanentes, no utopías.

Un flujo de información equilibrado permite que las poblaciones tengan a su alcance la información necesaria para entender qué pasa a su alrededor, independientemente del lugar geográfico donde se encuentren.

Con un flujo de información equilibrado se tiene acceso a información armónica, en la que se conjugan los ámbitos locales, regionales, nacionales e internacionales, dando el contexto, el marco necesario para actuar sobre la realidad.

Es muy importante también el poder disponer de pluralidad de fuentes de información para que el flujo sea equilibrado.

Con este trabajo nos proponemos demostrar la existencia de ciertos desequilibrios en el flujo de información de nuestro país.

Basandonos en el hecho de que los medios de comunicación son los canalizadores del flujo de información que recibimos diariamente, analizaremos las emisiones que se reciben en distintos puntos del interior del país.

Las investigaciones precedentes han dejado muchos problemas planteados. Aníbal Ford en el libro Medios, transformación cultural y política, realiza un análisis sobre el flujo de información en lo referente a la televisión, diarios y revistas,² basado en datos de 1985. El ámbito comunicacional ha sufrido cambios sustanciales en los últimos doce años, impidiendo que los resultados de dicho estudio sean tomados como parámetros válidos en la actualidad. Sin embargo, por ser uno de los pocos trabajos realizados sobre este tema, ha sido tomada en cuenta la metodología de análisis utilizada en el mismo.

Para ubicar nuestro tema en el contexto mundial, comenzaremos describiendo la situación de los flujos de información internacionales a partir de la globalización de la información. Siguiendo este análisis, trataremos la temática

² Oscar Landi compilador, "Medios, transformación cultural y política", Editorial Legasa S.A., Buenos Aires, 1989, p.62.

de la incorporación de nuevas tecnologías y su contribución en la reconstrucción de la Aldea Global, para concluir en el ámbito nacional.

Cotidianamente recibimos información a través de distintos medios de comunicación. El acceso a ellos depende de las posibilidades económicas de cada receptor, así como también de la ubicación geográfica en que se encuentre. Esto se traduce en, que mientras algunos sólo reciben información a través de la radio, otros, ya usan Internet para recibirla; todo esto gracias al aporte de la nuevas tecnologías a la comunicación social.

Nos proponemos detallar el flujo de información en la Argentina canalizado sólo por los medios gráficos, la televisión abierta y la radio Amplitud Modulada.

Analizaremos qué canales emisores de mensajes se encuentran a disposición del público, para probar si hay diferencias de accesibilidad a la información según el lugar físico en que se encuentren los receptores. Asimismo, podremos verificar el grado de acceso a información local y regional que tienen algunas ciudades del interior del país.

Para llevar a cabo dicho análisis nos vamos a basar en datos provenientes del Instituto Verificador de Circulaciones (I.V.C) y del Comité Federal de Radiodifusión (COMFER). Los datos poblacionales los extraeremos de informes del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). Utilizamos también el “Informe de Diarios y Revistas” elaborado por el Departamento de Marketing de Clarín, para el período de mayo/ agosto de 1996. De dicho Informe sólo extraeremos metodologías de análisis, y aquellos datos que no se incluyan en las fuentes anteriormente nombradas, debido a la parcialidad que podrían contener, al ser elaborados por el propio medio. Además se han analizado las informaciones de algunos periódicos del interior del país.

Hemos realizado encuestas en Bahía Blanca, Neuquén y Saladillo entre los meses de diciembre y enero (1996/97), y una entrevista al Sr. Francisco Delía, propietario de la empresa Televisora Saladillo S.A. Además, nos contactamos

telefónicamente con el Sr. Edgardo Levantesi, dueño en Bahía Blanca de FM Palihue, quien nos aclaró algunos aspectos del medio radiofónico.

Los datos de rating televisivo fueron extraídos de los informes publicados por la consultora “Mercados y Tendencias” de agosto de 1996.

Las programaciones de las emisoras de televisión abierta del interior del país fueron facilitadas por la agencia de publicidad Cortina/Vergara, ya que las comercializadoras de espacios televisivos envían habitualmente a las agencias de publicidad este tipo de información.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

CAPITULO 1:

EL CONTEXTO INTERNACIONAL

GLOBALIZACION DE LA INFORMACION

La globalización se define como el actual proceso de mundialización de los intercambios culturales, económicos, políticos, sociales e informativos, entre otros.

Con la globalización, la historia de la Humanidad está poniendo en práctica el compartir, intercambiar, aprender y enseñar, tomar modelos y ejemplos para bien o para mal.

No estamos solos. No nos “hacemos” solos. Somos porque compartimos, influimos porque nos influyen, repetimos porque escuchamos, enseñamos lo que sabemos y aprendemos lo que ignoramos.

Antes, la mayoría de mensajes y bienes que consumíamos se generaban en la propia sociedad, y había aduanas estrictas, leyes de protección a lo que cada país producía. Ahora lo que se produce en todo el mundo está aquí y es difícil saber qué es lo propio y qué lo ajeno. La internacionalización fue una apertura de las fronteras geográficas de cada sociedad para incorporar bienes materiales y simbólicos de las demás. La globalización supone una interacción de actividades dispersas, un sistema con muchos centros, en el que importa más la velocidad para recorrer el mundo, la calidad y el precio que las posiciones geográficas desde las cuales se actúa.

Los productos que se consumen en todo el mundo los podemos tener aquí y ahora, a modo de ejemplo nos remitimos a un pasaje del libro de **Mark Pendergrast: Dios, Patria y Coca-Cola**,³ en el cual se describe la magnitud global de la empresa Coca-Cola.

“A pesar de toda la mística y la paranoia construida en torno de la célebre fórmula, en una ocasión un portavoz de la compañía bajó la guardia

³ Javier Vergara Editor S.A., Buenos Aires, 1993.